

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI  
PADA PT SURAPITA UNITRANS  
CABANG SIDOARJO**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran " Jawa Timur**



**Disusun oleh :**

**Wahyu Dian Naturaliana**

**NPM 0642010064**

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA  
TIMUR FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

2010

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI  
PADA PT SURAPITA UNITRANS  
CABANG SIDOARJO**

Oleh :

**WAHYU DIAN NATURALIANA**

**NPM 0642010064**

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 10 Juni 2010**

**Pembimbing Utama**

**Hj. Suparwati, Dra, M.Si.**

**M.Si**

**NIP : 030 175 349**

**Tim Penguji :**

**1. Ketua**

**Hj. Suparwati, Dra,**

**NIP : 030 175 349**

**2. Sekertaris**

**Nurhadi, Drs, M.Si**

**NIP : 030 227 930**

**3. Anggota**

**Eddy**

**NIP :**

**Poernomo,Drs,SE,MM**

**030 178 443**

**Mengetahui**

**DEKAN**

**Hj. Suparwati, Dra, M.Si.**

**NIP : 030 175 349**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI  
PADA PT SURAPITA UNITRANS  
CABANG SIDOARJO**

**Disusun oleh :**

**WAHYU DIAN NATURALIANA**

**NPM 0642010064**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**Pembimbing Utama**

**Hj. Suparwati, Dra, M.Si.**

**NIP : 030 175 349**

**Mengetahui**

**DEKAN**

**Hj. Suparwati, Dra, M.Si.**

**NIP : 030 175 349**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulisan laporan penelitian dengan judul "**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Kawasaki Pada PT Surapita Unitrans Cabang Sidoarjo.**" ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan penelitian ini tidak akan berjalan lancar serta tidak akan terwujud dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Hj. Suparwati, Dra, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, koreksi serta dorongan hingga terselesaikannya laporan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

2. Bapak Drs. Sadjudi, SE, M.Si. selaku Ketua Program Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Nurhadi, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Dosen – dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
5. Bapak M. Nurwahyudi. selaku pimpinan PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo yang telah banyak membantu penulis
6. Abah, Umi tercinta serta saudara – saudara penulis yang selalu memberi dukungan baik secara moril maupun materiil.

Menyadari banyaknya kekurangan dalam penyusunan laporan penelitian ini, maka penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Besar harapan bahwa laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Juni 2010

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	xi

<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiv
 <b>BAB I    PENDAHULUAN</b> .....	 1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
 <b>BAB II   KAJIAN PUSTAKA</b> .....	 7
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	10
2.1.3 Konsep Pemasaran .....	11
2.1.4 Bauran Pemasaran .....	13
2.2 Harga.....	15
2.2.1 Pengertian Harga.....	15
2.2.2 Tujuan Penetapan Harga .....	16
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penetapan Harga .....	17
2.2.4 Tahapan Penetapan Harga.....	20
2.2.5 Strategi Penetapan Harga .....	23
2.3 Produk .....	33

2.3.1 Pengertian Produk .....	33
2.3.2 Penggolongan Produk .....	35
2.3.3 Proses Perencanaan Strategi Produk .....	37
2.3.4 Strategi Produk.....	38
2.4 Pelayanan .....	48
2.4.1 Pengertian Pelayanan .....	48
2.4.2 Tujuan Pelayanan .....	49
2.4.3 Kebijakan Pelayanan.....	50
2.5 Keputusan Pembeli .....	53
2.5.1 Pengertian Keputusan.....	53
2.5.2 Proses Keputusan Membeli.....	54
2.5.3 Tipe-Tipe Perilaku Membeli .....	54
2.5.4 Tahap-Tahap Proses Keputusan Membeli .....	55
2.5.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli .....	57
2.6 Kerangka Berpikir.....	65
2.7 Hipotesis.....	66

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....**

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	67
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	70
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.3.1 Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	72



3.4.1 Uji Validitas .....	72
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	73
3.5 Asumsi Klasik .....	75
3.5.1 Pengujian Model .....	75
3.6 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis .....	78
3.6.1 Teknik Analisis .....	78
3.6.2 Pengujian Hipotesis.....	79
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>83</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Dan Penyajian Data .....	83
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	83
4.1.2 Lokasi Perusahaan.....	84
4.1.3 Struktur Organisasi .....	85
4.2 Penyajian Data .....	87
4.2.1 Karakteristik Responden .....	87
4.2.1.1 Klasifikasi Responden Menurut Jenis Kelamin .....	88
4.2.1.2 Klasifikasi Responden Menurut Umur .....	88
4.2.1.3 Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan .....	89
4.2.2 Variabel-variabel Penelitian.....	90
4.2.2.1 Harga (X <sub>1</sub> ) .....	90
4.2.2.2 Produk (X <sub>2</sub> ) .....	92
4.2.2.3 Pelayanan (X <sub>3</sub> ) .....	93
4.2.2.4 Keputusan Konsumen (Y).....	95
4.3 Analisis Dan Pengujian Hipotesis .....	97

4.3.1 Uji Validitas .....	97
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	99
4.3.3 Uji Asumsi Klasik .....	100
4.3.4 Koefisien Korelasi Dan Determinasi .....	104
4.3.5 Uji Hipotesis .....	105
4.3.5.1 Uji F (Uji Simultan) .....	106
4.3.5.2 Uji T (Uji Parsial) .....	108
4.4 Pembahasan .....	113
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>115</b>
5.1 Kesimpulan .....	115
5.2 Saran .....	116
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	 <b>117</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>119</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Klasifikasi Kelamin Responden .....	88
Tabel 4.2 Klasifikasi Umur Responden .....	88

Tabel 4.3	Klasifikasi Pekerjaan Responden .....	89
Tabel 4.4	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Harga ( $X_1$ ).....	90
Tabel 4.5	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Produk ( $X_2$ ).....	92
Tabel 4.6	Distribusi Tanggapan Responden Tentang Pelayanan ( $X_3$ ) .....	94
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Keputusan Konsumen (Y).....	96
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas.....	98
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	99
Tabel 4.10	Durbin Watson .....	100
Tabel 4.11	Nilai Statistik Kolinearitas .....	101
Tabel 4.12	Nilai Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	104
Tabel 4.13	Tabel Regresi Berganda .....	105
Tabel 4.14	Uji F (Anova) .....	107
Tabel 4.15	Uji T (Uji Parsial) .....	109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Lima Tahap Dalam Proses Membeli .....	55
Gambar 2.2 Tahapan antara Evaluasi berbagai alternatif keputusan membeli.....	57
Gambar 2.3 Kerangka berpikir.....	66
Gambar 3.1 Kurva Distributor F .....	79
Gambar 3.2 Kurva Distributor t .....	81
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan .....	85
Gambar 4.2 Gambar Scatterplot .....	102
Gambar 4.3 Gambar P – Plot (Normalitas Data) .....	103
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan Ho .....	108
Gambar 4.5 Kriteria Daerah Penerimaan Dan Penolakan Variabel Harga ( $X_1$ )	110
Gambar 4.6 Kriteria Daerah Penerimaan Dan Penolakan Variabel Produk ( $X_2$ ).....	111
Gambar 4.7 Kriteria Daerah Penerimaan Dan Penolakan Variabel Pelayanan.....	112

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Program SPSS 11.5 *For Windows*

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis dengan Program SPSS 11.5 *For Windows*

Lampiran 5 Tabel "F" dengan menggunakan Program SPSS 11.5 *For Windows*

Lampiran 6 Tabel "t" dengan menggunakan Program SPSS 11.5 *For Windows*

Lampiran 7 Tabel "r" dengan menggunakan Program SPSS 11.5 *For Windows*

Lampiran 8 Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI  
PADA PT SURAPITA CABANG SIDOARJO**

Oleh :

**Wahyu Dian Naturaliana**  
**0642010064**

**Abstraksi**

Masalah yang sedang dihadapi oleh Kawasaki adalah penjualan yang menurun sedangkan jumlah sepeda motor di Indonesia terus meningkat pesat. Perbandingan peningkatan penjualan sepeda motor Kawasaki dengan kebutuhan tidak sesuai yaitu, pada tahun 2009 penjualan sepeda motor Kawasaki tercatat sebanyak 13.000 unit. Jumlah tersebut berkurang dibandingkan penjualan tahun 2008 yang mencapai 225.000 unit. Selain itu harganya yang relatif mahal dan dominan digemari kalangan menengah ke atas.

Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada konsumen yang telah melakukan pembelian sepeda motor di dealer PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo sebanyak 66 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* (*convenience Sampling*), yaitu prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau di akses. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga ( $X_1$ ), Produk ( $X_2$ ), dan Pelayanan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Konsumen ( $Y$ ) dalam membeli sepeda motor Kawasaki pada PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo, yang akan di uji dengan menggunakan program SPSS 11.5 dengan tingkat signifikansi 5 %.

Hasil pengujian memperlihatkan bahwa dengan menggunakan uji F didapatkan bahwa Harga ( $X_1$ ), Produk ( $X_2$ ), dan Pelayanan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen ( $Y$ ) dalam membeli sepeda motor Kawasaki pada PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo sedangkan dengan menggunakan uji t didapatkan bahwa Harga ( $X_1$ ) secara parsial signifikansi dan negatif terhadap Keputusan Konsumen ( $Y$ ) sedangkan Produk ( $X_2$ ), dan Pelayanan ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ). Pelayanan ( $X_3$ ) memberikan pengaruh dominan terhadap Keputusan Konsumen ( $Y$ ) dalam membeli sepeda motor Kawasaki pada PT Surapita Unitrans.

***Keyword : Harga ( $X_1$ ), Produk ( $X_2$ ), Pelayanan ( $X_3$ ) dan Keputusan Konsumen ( $Y$ )***

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sejalan dengan perkembangan dunia sekarang ini yang telah ditandai dengan kemajuan ilmu dan teknologi terutama pada bidang pelayanan jual beli kendaraan menunjukkan persaingan pasar yang semakin ketat sehingga menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada tiap perusahaan. Demikian halnya dunia otomotif khususnya sepeda motor merupakan salah satu bidang usaha yang berkembang cukup pesat di negara kita, seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk yang membutuhkan alat yaitu transportasi sepeda motor, yang mana hal ini akan memicu persaingan bisnis antara perusahaan otomotif yang menghasilkan sepeda motor yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar konsumen.

Dalam pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi itu semakin mendorong timbulnya persaingan yang semakin ketat di dunia usaha. Bidang usaha otomotif mempunyai persaingan yang ketat dan untuk menghadapi persaingan ini sehingga mengharuskan manajemen meningkatkan mutu produk dan pelayanan kepada konsumen.

Keinginan konsumen membeli sepeda motor saat ini bukan hanya sekedar ingin memenuhi kebutuhan tetapi berkembang menjadi keinginan memperoleh kepuasan karena tidak terbatasnya keinginan dan kebutuhan

manusia jika satu keinginan dapat dipenuhi maka akan timbul keinginan dan hasrat baru lainnya yang selalu dipenuhi agar dapat mencapai suatu tingkat kepuasan yang maksimal. Untuk itu perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen atas produk sepeda motor yang dihasilkan agar sesuai dengan yang diharapkan konsumen yang secara tidak langsung akan mempengaruhi volume penjualan dan keuntungan bagi perusahaan, karena kepuasan konsumen secara tidak langsung akan mempengaruhi loyalitas terhadap suatu produk tersebut. yang mana akan dibuktikan dengan adanya pembelian ulang atas produk tersebut.

Persaingan bisnis otomotif saat ini dibuktikan dengan semakin banyaknya produk – produk sepeda motor yang bermunculan dan menawarkan berbagai jenis tipe dengan spesifikasi yang berbeda dari berbagai macam merek seperti Yamaha, Kawasaki, Honda, Suzuki, Sanex, KTM, Kymko dan lain – lain. Sehingga hal ini akan memicu persaingan yang semakin ketat karena setiap produsen berlomba – lomba untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan setiap produknya untuk lebih unggul dari produk pesaing lainnya. Selain itu masih banyak hal lain yang perlu dipertimbangkan agar produk motor yang dihasilkan lebih diminati oleh masyarakat luar khususnya pasar otomotif untuk itu setiap perusahaan harus bisa melihat situasi dan kondisi semacam ini diharapkan agar produsen mampu menciptakan produk sepeda motor yang unggul dan bisa memberikan nilai keuntungan bagi konsumen misalnya produk sepeda motor tersebut bisa memberikan kenyamanan, keamanan, kemudahan dan



memberikan rasa percaya diri bagi konsumen dapat merasa puas. Karena keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor saat ini lebih cenderung memilih produk yang bisa memberikan nilai keuntungan, oleh karena itu perusahaan harus bisa memposisikan produknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen secara tepat.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut dapat tercapai maka tiap perusahaan harus berupaya mempunyai sumber daya manusia yang berkualitas dan komitmen yang tinggi terhadap pekerjaan yang diberikan kepada konsumen. Masalah yang sedang dihadapi oleh Kawasaki adalah penjualan yang naik turun sesuai keinginan konsumen sedangkan jumlah sepeda motor di Indonesia sangat meningkat pesat. Selain itu para pengusaha saling bersaing dalam meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh persaingan ini khususnya dalam hal harga, pelayanan dan fasilitas.

Menghadapi situasi tersebut maka seorang pengusaha dealer harus dapat mengelola kegiatan pemasaran dengan lebih baik secara terus menerus dan berusaha meningkatkan keuntungan yang optimal. Untuk mencapai hal tersebut bukan hal yang mudah bagi suatu perusahaan, sebab dibutuhkan perhatian khusus dan juga pengetahuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan berpengaruh dalam kegiatan pemasaran.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa pun konsumen umumnya memperhatikan berbagai faktor diantaranya, seperti harga, pelayanan dan desain fisik. PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo menggunakan faktor – faktor tersebut untuk dipelajari dan diimplementasikan karena diyakini bahwa atribut tersebut dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen dengan jaminan konsumen tidak akan merasa dirugikan

Berikut ini akan disajikan hasil penjualan motor Kawasaki di PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo periode bulan Nopember 2009 – Pebruari 2010.

Tabel 1.1  
Penjualan Sepeda Motor Kawasaki secara kredit  
di PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo  
Periode bulan Nopember 2009 – Pebruari 2010

Periode	Penjualan (unit)
Nopember 2009	17
Desember 2009	23
Januari 2010	20
Pebruari 2010	19

Sumber : PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo, Tahun 2010

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa penjualan sepeda motor Kawasaki di PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo selama bulan Nopember 2009 sampai Pebruari 2010 mengalami penjualan yang naik turun.

Berdasarkan alasan tersebut di atas maka peneliti ingin mengambil judul, “ **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Sepeda Motor Kawasaki Pada PT Surapita Unitrans Cabang Sidoarjo.**” sebagai judul penelitian, dengan tujuan untuk meneliti beberapa variabel yang berpengaruh pada keputusan konsumen.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh yang simultan antara harga, produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki di PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo ?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara harga, produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki pada PT Surapita Unitrans ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi maka dibuat suatu perumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan antara harga, produk dan pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Kawasaki pada PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo.

2. Untuk menganalisis pengaruh secara parsial antara harga, produk dan pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam membeli sepeda motor Kawasaki di PT Surapita Unitrans cabang Sidoarjo.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dipakai sebagai bahan masukan dan pertimbangan lebih lanjut dalam menyusun kebijaksanaan perusahaan di dalam pengambilan keputusan.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai sumbangan, informasi diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa pada umumnya serta peneliti lain yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan masalah ini.

3. Bagi Universitas

Sebagai perbendaharaan perpustakaan dan untuk kepentingan ilmiah selanjutnya sehingga dapat dipergunakan sebagai bahan informasi bagi pihak lain yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.